

## **Bab I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

##### **1.1.1 Latar Belakang Pengadaan Proyek**

Pusat perbelanjaan mempunyai pengertian sebagai suatu tempat yang berintikan satu atau beberapa *department store* besar sebagai daya tarik retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah *shopping mall* dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).

Pusat perbelanjaan di era modern berbeda dengan jaman dahulu, pusat perbelanjaan era modern ini dirancang dengan retail-retail dan fasilitas yang mendukung untuk memberikan kenyamanan di dalam kegiatan perdagangan di dalamnya, sedangkan pada jaman dahulu (pasar) hanya dirancang hanya untuk kegiatan perdagangan tanpa memikirkan kenyamanan pelaku kegiatan di dalamnya.

Banyak negara berkembang yang menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan. Di Indonesia, Pertumbuhan ekonomi meningkat 5,78 % pada tahun 2013 mencapai Rp2.770,3 triliun, naik Rp151,4 triliun dibandingkan tahun 2012 yang hanya Rp2.619 triliun. Sedangkan perkembangan minat dan potensi belanja masyarakat Indonesia terlihat sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pertumbuhan pusat-pusat perbelanjaan di berbagai kota di Indonesia, seperti toko, plaza, hingga mall.

Dari berbagai kota di seluruh Indonesia yang menunjang kemajuan ekonomi di Indonesia, Surabaya merupakan salah satu kota yang perkembangan ekonominya sangat pesat, Hal ini terlihat dari banyaknya kegiatan perdagangan dan pengembangan bisnis (perusahaan) yang terletak di area Surabaya. Kegiatan perekonomian di Surabaya ini tentunya bertumpu pada beberapa sektor antara lain perusahaan produksi, jasa-jasa,

hotel, restoran, dan lain-lainnya. Peran sektor perdagangan merupakan salah satu yang paling penting dalam menyokong pertumbuhan ekonomi Surabaya, sehingga dengan bertambahnya pusat perbelanjaan akan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Surabaya menjadi lebih pesat.

Surabaya sebagai kota terbesar nomer 2 setelah Jakarta, memiliki masyarakat yang mempunyai minat dan potensi yang sangat besar terhadap kegiatan berbelanja. Menurut ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Jawa Timur Riza Wibowo, mengatakan setiap tahun rata-rata peningkatan keterisian *tenant* mal di Jatim yakni 10%-15%. Hal tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan pengusaha-pengusaha baru baik bisnis makanan maupun produk pakaian, elektronik dan barang-barang lain. Di Surabaya terdapat 23 mal dengan jumlah pengunjung mall sekitar 50% dari total penduduk Surabaya sebanyak 3 juta orang<sup>1</sup>. Berkaitan dengan meningkatnya minat dan potensi masyarakat Surabaya dalam kegiatan perdagangan yang sangat besar saat ini, perkembangan pembangunan wadah perdagangan yang ada tidak seimbang untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, persebaran pusat perbelanjaan di Surabaya tidak merata, pusat perbelanjaan terbanyak berada di bagian Surabaya pusat dan Surabaya selatan sedangkan di Surabaya Barat, Timur dan Utara hanya terdapat beberapa pusat perbelanjaan.

---

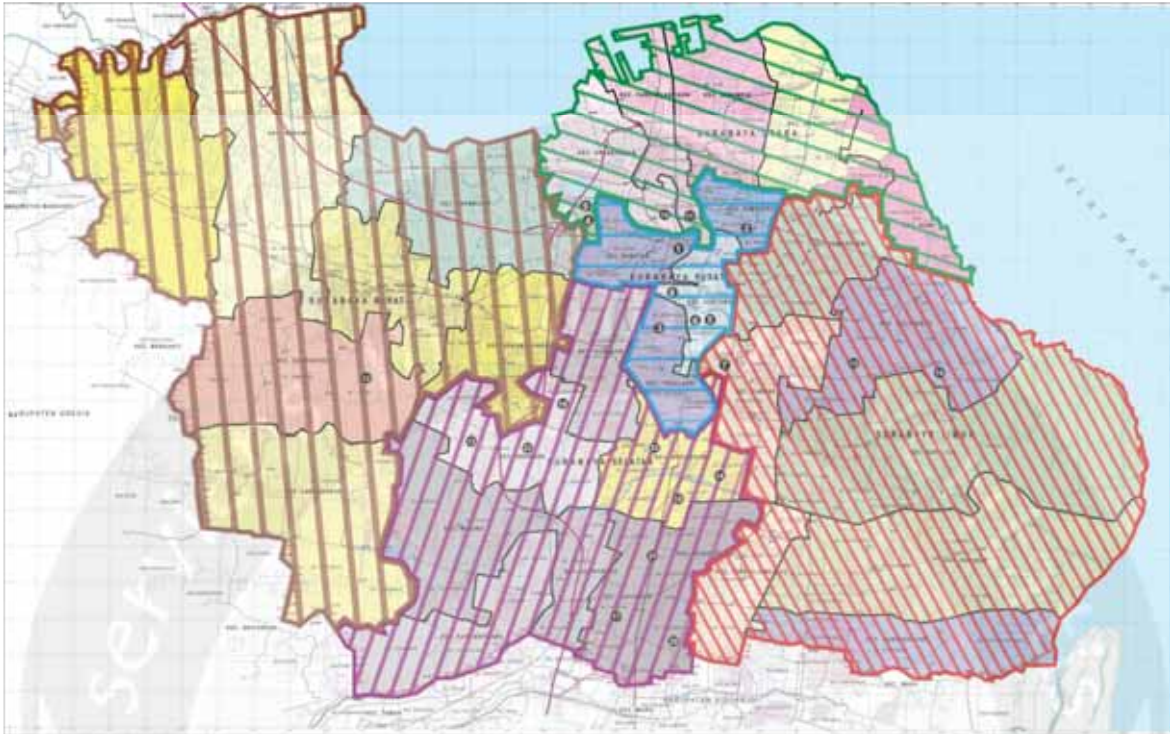
<sup>1</sup> (m.bisnis.com, di lihat tanggal 16 Februari 2015)

Tabel 1.1 Tabel Persebaran Pusat Perbelanjaan di Kota Surabaya

SURABAYA PUSAT	SURABAYA UTARA	SURABAYA BARAT	SURABAYA TIMUR	SURABAYA SELATAN
BG JUNCTION (1)	JEMBATAN MERAH PLAZA (10)	PAKUWON SUPERMALL (12)	GALAXY MALL (15)	CITY OF TOMORROW (17)
ITC MEGA GROSIR (2)	PASAR ATUM MALL (11)		EAST COAST (16)	DARMO TRADE CENTRE (18)
TUNJUNGAN PLAZA (3)	PUSAT GROSIR SURABAYA (4)			GOLDEN CITY (19)
WTC SURABAYA (5)	GRAND CITY (7)			MASPION SQUARE (20)
PLAZA SURABAYA (6)				LENMARC (13)
SIOLA (8)				CENTRAL POINT (14)
PASAR TURI (9)				ROYAL PLAZA (21)
				SURABAYA TOWN SQUARE (22)
				CIPUTRA WORLD (23)





Sumber : Analisis Penulis ,2015.

Gambar 1.1 Gambar Pola Persebaran Pusat Perbelanjaan di Surabaya



( Sumber: Analisis Penulis,2015 )

Keterangan :

-  : Surabaya Timur, Tingkat Kepadatan penduduk 815.252 Orang.
-  : Surabaya Selatan, Tingkat Kepadatan Penduduk 805.071 Orang.
-  : Surabaya Utara , Tingkat Kepadatan Penduduk 621.307 Orang.
-  : Surabaya Barat , Tingkat Kepadatan Penduduk 467.292 Orang.
-  : Surabaya Pusat, Tingkat Kepadatan Penduduk 406.654 Orang.

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa tingkat kepadatan penduduk tertinggi terletak pada Surabaya Timur. Di Surabaya Timur hanya terdapat dua Shopping mall untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya, sedangkan di Surabaya pusat, Utara, dan selatan dengan jumlah penduduknya lebih sedikit justru terdapat banyak shopping mall yang sudah berdiri. Untuk itu dengan ditambahnya Shopping Mall di Surabaya Timur, diharapkan dapat menambahkan fasilitas berbelanja masyarakat Surabaya Timur dan sekitarnya.

## **1.2 Latar Belakang Permasalahan**

Keberadaan fasilitas yang bersifat komersial seperti Mall telah menjadi fenomena kegiatan yang diminati masyarakat Surabaya saat ini. Dengan seiringnya zaman, fungsi pusat perbelanjaan tidak hanya sebagai tempat untuk kegiatan perdagangan/berbelanja, tetapi masyarakat menjadikan mall juga menjadi *refreshing*, tempat kehidupan publik dan menjadi wadah interaksi sosial. Menurut Yasraf Amir Piliang (1998:216) yang dikutip dalam jurnal pengaruh kebudayaan kontemporer dalam percangan arsitektur mall yang ditulis oleh Freddy H. Istanto, mengatakan bahwa “*shopping mall* telah berkembang menjadi pusat pembentukan gaya-hidup. *Shopping mall* mengkonsentrasikan dan merasionalisasikan waktu dan aktivitas masyarakat, sehingga ia menjadi pusat aktivitas sosial dan alkulturasi, tempat pembentukan citra dan eksistensi diri, sumber pengetahuan, informasi, tata nilai dan moral”.

Pusat perbelanjaan yang ada pada zaman ini juga bukan hanya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan primer para pengunjungnya, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersiernya. Untuk dapat memenuhi segala kebutuhan para pengunjungnya, pusat perbelanjaan harus dirancang sedemikian rupa agar memberi kenyamanan secara psikologis. Selain itu, Mengingat isu pemanasan yang sedang terjadi akhir-akhir ini, pembangunan harus dirancang sedemikian rupa untuk memiliki andil dalam mencegah semakin parahnya pemanasan global yang terjadi. Sedangkan kondisi yang terjadi saat ini, pusat perbelanjaan yang ada di Surabaya memiliki site

yang hampir dipenuhi oleh bangunan tanpa memperhitungkan area hijau di sekitar bangunan yang memiliki peran menambah pemanasan suhu udara di Surabaya.

Untuk dapat menunjang kenyamanan pengguna dan dapat mencegah pemanasan global yang terjadi saat ini, wujud rancangan bangunan harus memberikan sesuatu dampak yang positif bagi para pelaku kegiatan shopping mall dan lingkungan sekitar, seperti sirkulasi udara yang mengalir dengan baik dan sejuk, pemenuhan pencahayaan ruang yang memadai, utilitas bangunan sesuai dengan standard dan lain-lain. Bangunan dengan konsep arsitektur hijau merupakan bangunan dengan rancangan yang ramah lingkungan dengan memanfaatkan elemen dan energi alam yang berada didalam lokasi. Beberapa contoh pemanfaatan elemen dan energi alam adalah seperti penghematan penggunaan daya listrik untuk pencahayaan dan pemenuhan kebutuhan udara yang sejuk, penghematan konsumsi air, penggunaan bahan-bahan bangunan yang tidak menimbulkan panas di area sekitar bangunan.

Dengan konsep arsitektur hijau yang diyakini merupakan konsep yang hemat energi, diharapkan nantinya pusat perbelanjaan akan mengurangi biaya operasional dan biaya *maintenance* bulanan yang harus ditanggung oleh pihak *tenant* kepada pengelola mall, sehingga dengan berkurangnya biaya-biaya tersebut, harga sewa *tenant* nantinya dapat lebih murah. Dengan biaya sewa yang lebih murah tersebut, maka akan menarik minat para tenant untuk menyewa dan berjualan di pusat perbelanjaan ini. Selain itu dengan biaya yang lebih murah, alokasi biaya tersebut dapat dialihkan oleh pengelola pusat perbelanjaan untuk membuat area landscape lebih besar untuk mendukung konsep arsitektur hijau itu sendiri. Sedangkan dari sisi penyewa tempat usaha, dengan sewa harga tempat yang lebih murah, dana dapat dialokasikan untuk display barang yang akan ditawarkan, sehingga akan menjadi suatu keunggulan dalam menarik perhatian dan minat para pebelanja untuk datang ke pusat perbelanjaan ini.

Arsitektur hijau nantinya akan memberikan suasana baru bagi masyarakat Surabaya yang ingin memenuhi kebutuhan berbelanja dan ber *refreshing*. Shopping mall dengan pendekatan arsitektur hijau ini akan menghadirkan ruang terbuka hijau di



dalam site yang dapat memberikan rasa kenyamanan yang lebih dalam melakukan kegiatan di dalamnya nantinya diharapkan dapat dijadikan suatu magnet atau daya tarik tersendiri dan memberikan kepuasan yang berbeda.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana wujud rancangan Shopping Mall di Surabaya yang interaktif dan rekreatif melalui penataan tata ruang & tata rupa bangunan dengan pendekatan arsitektur hijau ?

### **1.4 Tujuan dan Sasaran**

#### **1.4.1. Tujuan**

Mewujudkan rancangan penampilan dan penataan bangunan Shopping Mall di Surabaya menjadi tempat berbelanja dan berinteraksi dengan pendekatan arsitektur hijau.

#### **1.4.2 Sasaran**

1. Mengetahui dan memahami pengertian shopping Mall
2. Mengetahui dan memahami arsitektur hijau
3. Terwujudnya sarana Shopping Mall yang interaktif dan rekreatif dengan gagasan desain arsitektur hijau sehingga dapat mempertahankan keseimbangan area hijau di kota Surabaya.

### **1.5 Lingkup Studi**

Perencanaan dan perancangan Shopping Mall di Surabaya dibatasi pada lingkup studi bidang ilmu arsitektur.

#### **1.5.1 Materi Studi**

Pembahasan menekankan pada pola penataan bangunan dan ruang luar.

#### **1.5.2 Pendekatan Studi**

Penyelesaian penekanan Studi yang dilakukan dengan pendekatan desain arsitektur hijau.

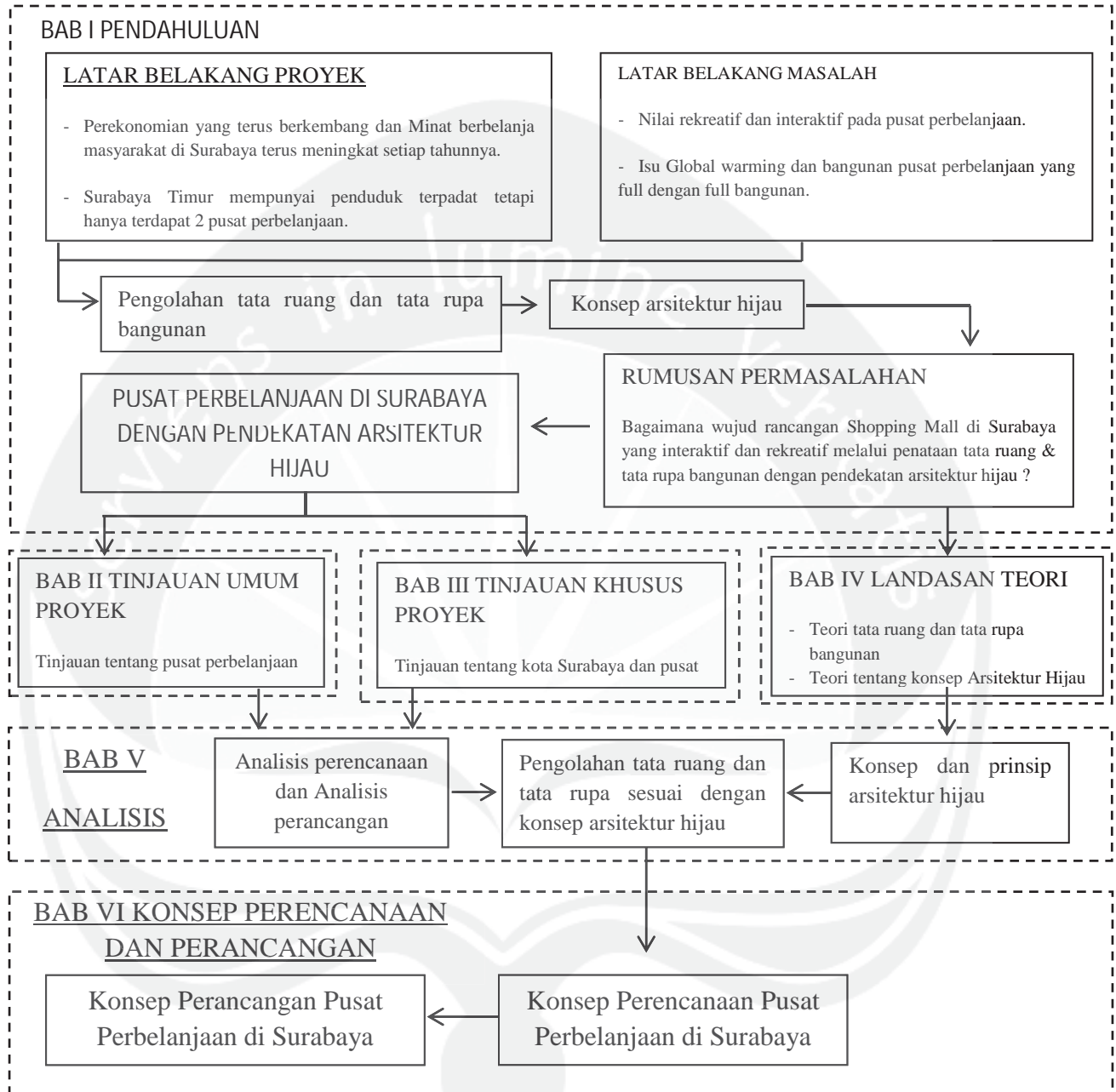
### **1.6 Metode Studi**

Perencanaan diawali dengan melakukan studi literatur yang berkaitan dengan kebutuhan fungsional shopping Mall, Bangunan Arsitektur hijau, dan teknik metafora. Kemudian dianalisis sesuai perencanaan dan perancangan.





## 1.7 Pola Pikir Perancangan



## 1.8 Sistematika Penulisan

### **Bab I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang pengadaan proyek , latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metode pembahasan, dan sistematika pembahasan.

### **Bab II : TINJAUAN UMUM *SHOPPING MALL***

Berisi tinjauan umum mengenai pusat perbelanjaan, yaitu pengertian obyek studi, sejarah, Jenis / Tipe, persyaratan kebutuhan, unsur-unsur, ketentuan dan klasifikasi yang berkaitan dengan pusat perbelanjaan.

### **Bab III : TINJAUAN WILAYAH SURABAYA**

Berisi mengenai tinjauan wilayah Surabaya Timur, Kriteria dan alternatif pemilihan site.

### **Bab IV : LANDASAN TEORI ARSITEKTUR HIJAU**

Menguraikan penjelasan teori tentang arsitektur hijau, meliputi sejarah, ideologi, landasan dan langgam.

### **Bab V : ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN *SHOPPING MALL* DI SURABAYA**

Berisi analisis perencanaan programatik dan penekanan studi, perancangan programatik yang meliputi analisis fungsional, tapak, utilitas, stuktur dan konstruksi, kelengkapan bangunan dan penekanan studi.

### **Bab VI : KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN MALL DI SURABAYA**

Berisi konsep perencanaan programatik dan penekanan studi *shopping mall*.